漫谈物流平台、物流信息平台、物流+互联网和互联网+物流

昨天，是想谈谈物流信息平台和物流平台之间的异同，今天早上在刷牙时，突然想到，其实物流信息平台背后就是互联网，现在从国家到行业都在谈互联网+物流或物流+互联网，所以，就把后两个也加进来聊聊。

**物流信息平台**是物流平台的分支，正如电商平台是商业流通平台的一种模式；物流信息平台偏重在“信息”两字，主要实现物流行业信息的展示、匹配、撮合和后信息服务等。

谈物流信息平台就必要谈到其背后的互联网，无互联网不成物流信息平台。

某种程度上，物流SAAS软件、车货匹配平台、城配平台、专线平台都是物流信息平台的模式，物流信息平台侧重点在线上的能力，利用互联网和技术力量实现物流某一环节或多个环节信息的透明化和交易的便利化。

**物流平台**是物流信息平台的高级形式和终极模式，表现在线上、线下能力的综合性和平衡性，物流平台的线下、线上力量起码是一半一半的比例，甚至从实业角度来讲，线下的实力还要略大于线上也即物流信息平台的力量；至于线上的能力，倒不一定全部自营或为自己所有，可以是整合或租赁的形式；比如京东物流之租用普洛斯仓库。

所以，目前来看，菜鸟平台、京东物流体系、苏宁物流体系、传化物流体系、林安物流体系，我认为他们物流平台的属性相较于物流信息平台更重一些。

**物流+互联网**，是将互联网作为工具和手段应用于物流行业，物流的业务逻辑、商业逻辑还是重点和核心；象物流SAAS、物流TMS、WMS、SCM软件、基于智能手机的物流APP、微信服务号、基于互联网的IM、物流的大数据分析及工具、邮件系统、物流OA系统，都是物流+互联网的模式；物流+互联网的目的是提高效率，增强透明度。

**互联网+物流**，个人认为其区别于物流+互联网的地方在于，前者是将互联网作为方法论和思维模式，这种模式会“爆发”或衍生出物流生意，但又是区别于传统物流或物流+互联网的模式，甚至是对传统物流模式（基于第三方的，或者运输、仓储、装卸、包装、信息系统等的方式）的颠覆，是“在枯树上开的新枝”，比如从同城服务平台转化来的58到家配送，从外卖送餐演化出的同城配送，众包产生的人人快递，从共享单车、共享汽车分化出的物流配送，基于互联网的云仓模式；甚至象当下的菜鸟物流、京东物流这样从电商中演化出的物流模式都可称为一种互联网+物流模式。

小结

分析上面四种模式的目的，一是梳理一下它们概念的不同点，二来是通过分析，来找找概念背后的商业逻辑和规律，可以发现：

1. 无论哪种模式，其实都离不开信息化，离不开**互联网工具**甚至所谓的互联网思维，互联网成为物流信息平台、物流平台、互联网+物流和物流+互联网发展的基础设施和必备工具；
2. **物流信息平台**建设相对容易，是物流平台的初级和浅层应用；单纯的物流信息平台是个垂直领域；只专注于交易撮合或单一功能的物流信息平台竞争力弱；
3. 物流信息平台应根据自身的要素禀赋，抓住窗口时机，努力**向物流平台发展和进化**；要努力增加自身的价值，增强综合能力、线下能力、服务能力；
4. **物流+互联网**是物流行业和互联网融合的早期和初级阶段，也是必经阶段；**互联网+物流**是物流行业的战略思维和战略布局，属于R&D；是否能孵化出互联网+物流的产品和商业模式取决于超前思维和提前布局。